

23 juin / 1^{er} décembre

MAITRISER LES RISQUES JURIDIQUES DES PROMOTIONS

+ Le plus du séminaire

L'association de l'expertise du juriste et de l'expertise technique et concrète de Philippe Ingold

Compétences visées

- Evaluer les risques juridiques liés aux promotions
- Etre capable de dialoguer avec des juristes
- Eviter les pièges liés aux nouveaux supports

Méthodes de travail

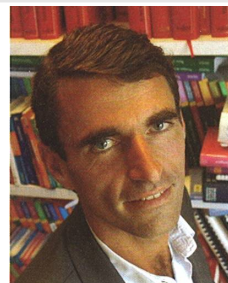
- Exposé théorique des réglementations
- Analyse systématique de cas concrets
- Exercices pratiques

Profil concerné

- Cadres marketing ou commerciaux développant ou gérant des promotions : chef de produit, chef de promotion, trade-marketer, category manager, etc.
- Juristes d'entreprise non spécialisés
- Responsables de projets en agences de promotion ou de communication

Animé par Etienne Petit, directeur éditorial Encyclopédie juridique Dalloz

Juriste, spécialiste du droit de la publicité et de la promotion des ventes, Etienne Petit est auteur du livre *Publicité & Promotion des ventes* (Delmas).
Directeur éditorial de l'Encyclopédie juridique Dalloz et Directeur éditorial des Editions Delmas, il exerça les fonctions de conseil juridique de l'émission Teleshopping (TF1)



PROGRAMME

Introduction :

La nature et l'évaluation des différents risques.

1 - Les grandes réglementations

- La promotion par le prix
- Les soldes, liquidations, ventes au déballage
- Les ventes avec primes
- Les cadeaux
- Les ventes liées
- La promotion par le jeu, loteries et concours

2 - Les applications spécifiques

- Les réductions différées : bons de réduction, bons d'achat et offres de remboursement
- Les primes différées
- Les primes autopayantes et boutiques
- Les primes fournies par des partenaires
- La vente liée autopayante (pour 1 € de plus)
- Les séries spéciales
- L'instant win

3 - Les applications « partenaires »

- Les échantillons « croisés »
- Les primes « services »
- Les offres avec participation des bénéficiaires
- Les jeux à dotations offertes
- Le respect du droit des marques
- Les règles contractuelles

Exercice en groupe : découverte des risques liés à des exemples d'opérations promotionnelles

4 - Les nouvelles applications distributeurs, les « NIP »

- Les primes associées « point de vente »
- Les cartes de fidélité et points bonus
- Les tickets et cartes cagnottes
- Le couponnage électronique
- Les lots virtuels
- Les offres à quantités limitées

5 - La communication des actions promotionnelles

- Publicité trompeuse, comparative, imitante
- Les règles de communication des promotions
- La répartition des responsabilités entre distributeurs et fournisseurs
- L'exploitation des données personnelles

6 - L'utilisation des nouveaux médias et support interactifs

- Internet, les jeux spécifiques
- Internet, comme canal de participation
- Les services audiotel
- Le téléphone mobile, SMS, MMS

Les perspectives d'évolution

- L'internationalisation : vers une libéralisation ?
- Vers une meilleure protection des consommateurs ?

Frais de participation : 715 € HT / 855,14 € TTC

Lieu : Resort Lucien Barrière Enghien - 85 à 89 rue du Général de Gaulle 95880 Enghien-les-Bains